

# The Record 2023

5・6 May / June

*vol. 745*

2022年度「音楽メディアユーザー実態調査」公表  
IFPI『Global Music Report 2023』発行  
公正取引委員会へ再販制度弾力運用報告書を提出  
令和5年度事業計画書  
第108回RIAJセミナー「新入社員合同研修会・懇親会」開催



2023

5・6

May / June

## CONTENTS

- 1 Monthly News Digest
- 3 **特集**  
2022年度「音楽メディアユーザー実態調査」公表
- 7 **特報**  
IFPI「Global Music Report 2023」発行
- 10 **特報**  
公正取引委員会へ再販制度弾力運用報告書を提出
- 11 **特報**  
令和5年度事業計画書
- 13 **特報**  
第108回RIAJセミナー「新入社員合同研修会・懇親会」開催
- 15 Monthly Production Report
- 17 Certification



このエルマークは、レコード会社・映像製作会社が提供するコンテンツを示す一般社団法人 日本レコード協会の登録商標です

# Monthly News Digest

3/9 Thursday

## 会員社合同産業広報セミナー開催



3月9日、マイナビTVライブにおいて会員社合同産業広報セミナー「レコード会社の社員が語る音楽業界の魅力」が開催され、当協会会員社より4社が参加した。本セミナーは、主に学生に向けてレコード産業の意義・魅力の発信を行う一環として初めて企画されたもので、オンラインでのライブ配信形式にて行われた。参加会員社はユニバーサルミュージック、ソニー・ミュージックエンタテインメント、ポニーキャニオン、バップの計4社で、それぞれの新卒採用担当者から会社説明が行われた後、上記4社の現役若手社員4名が登壇し、A&R、宣伝、販売促進といった担当業務や仕事のやりがいなどについてパネルトーク形式で進められた。当日は約2,000名がオンライン視聴し、配信中に視聴者から寄せられた様々なコメントに答えながら、終始和やかな雰囲気で行われた。なお、本セミナーは「マイナビ2024 WEBセミナー」にて2024年2月までアーカイブ配信される。

3/15 Wednesday

## 2022年度音楽メディアユーザー実態調査報告会開催

3月15日、第107回RIAJセミナー「2022年度音楽メディアユーザー実態調査報告会」がオンラインにて開催された。当協会では、購入

実態を把握するとともに、ユーザー意識や環境の変化等を明らかにすることを目的とした「音楽メディアユーザー実態調査」を1986年より実施しており、今年度調査結果の報告会となった当セミナーには協会会員社24社114名が参加し、調査・分析を実施したMMDLabo株式会社による結果報告、参加者による質疑応答が行われた。

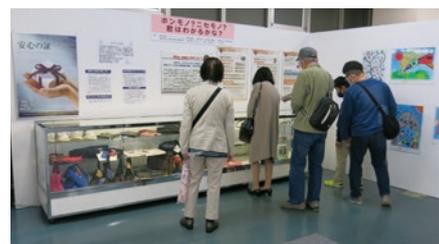
なお、2022年度音楽メディアユーザー実態調査については協会ホームページに報告書が掲載されているほか、本号P3～P6の特集に一部掲載されている。

▶2022年度音楽メディアユーザー実態調査:

<https://www.riaj.or.jp/f/report/mediauser/2022.html>

3/24-26 Friday-Sunday

## 「第81回全日本学生児童発明くふう展」にて真正品、模倣品・海賊版を展示



3月24日～26日、東京都の科学技術館1階「展示・イベントホール」にて『第81回全日本学生児童発明くふう展』が開催され、同イベント内にて、当協会もサンプルを提供した真正品、模倣品・海賊版などに関する展示が行われた。

消毒液の設置など、新型コロナウイルス感染拡大防止に配慮した上で展示会を開催した。家族連れなど熱心にサンプルを見る様子も伺え、期間中は約2,000名が来場し、盛況のうちを終了した。

## 会員社のお知らせ

## ■社名変更(4月4日付)

新社名 : 株式会社B ZONE[正会員]  
 旧社名 : 株式会社ビーイング

## ■代表者変更(4月1日付)

社名 : 株式会社ドリーミュージック  
 変更後 : 代表取締役社長 氏田 卓史  
 変更前 : 代表取締役社長 楠木 紳市

## 当協会役員人事

## ■新任(4月14日付)

【監事】 氏田 卓史  
 株式会社ドリーミュージック 代表取締役社長

## ■退任(3月31日付)

【監事】 楠木 紳市  
 株式会社ドリーミュージック 代表取締役社長

## 当協会事務局人事

## ■昇格(4月1日付)

宮島 敏男  
 管理部 部長 兼 経理グループ長  
 (前:管理部 副部長 兼 経理グループ長)

飛世 麻紀  
 分配・業務部 副部長  
 (前:分配・業務部 課長)

徳重 誠  
 分配・業務部 課長  
 (前:分配・業務部 課長補佐)

2022年度職場訪問受入れ、  
レコーディングスタジオ体験学習の実施

当協会では、修学旅行や体験学習に伴う中高生等の職場訪問受入れや教育機関への出張授業、レコーディングスタジオ体験学習を通じて音楽著作権の啓発を行っている。2022年度は新型コロナウイルス感染拡大対応のため規模を縮小しての実施であったが、合計33校・701名(出張授業2校・230名を含む)の学生が参加し、CDを作る過程やレコード会社の仕事、音楽著作権について学習を行った。

## ▶レコード協会職場訪問のご案内

<https://www.riaj.or.jp/f/education/officeVisit.html>

## ▶スタジオ体験プログラムのご案内

<https://www.riaj.or.jp/f/education/studio.html>

## 日比谷音楽祭2023開催決定

6月3日(土)、4日(日)の2日間、東京都千代田区の日比谷公園とその周辺施設において、「日比谷音楽祭2023」が開催される。今年の日比谷野音100周年、日比谷公園120周年という記念すべき節目の年に当たり、今回の日比谷音楽祭も歴史と伝統を未来に繋ぐ【祝・日比谷野音100周年】イベントの一環として実施される。

本音楽祭は、『音楽の新しい循環をみんなで作る、フリーでボーダーレスな音楽祭』をコンセプトに、世代やジャンルを超えた多くの人々が、様々な音楽を楽しむ事で新たな音楽循環を作る事を目指した音楽祭で、当協会は協賛企業として参加している。今年には昨年に引き続き有観客によるリアルライブと無料の生配信のハイブリッド開催を予定している。

日比谷音楽祭 2023  
 HIBIYA MUSIC FESTIVAL



▶日比谷音楽祭公式サイト <https://hibiyamusicfes.jp>

## 【日比谷音楽祭2023開催概要】

名称 : 日比谷音楽祭2023  
 日時 : 2023年6月3日(土)、4日(日)  
 10:30~20:30予定  
 会場 : 日比谷公園(東京都千代田区)  
 サテライト会場:東京ミッドタウン日比谷  
 出演者 : 上妻宏光、アスハン、石川ざゆり、Ichika Nito、WONK、EXILE TETSUYA with EXPG、ermhoi with the Attention Please、Ovall、おお雨(おおはた雄一+坂本美雨)、沖仁、小倉博和、小山田壮平、GAIA CUATRO、GAKU-MC、加藤登紀子、《聞かせ屋。けいたろう》、奇妙礼太郎、木村カエラ、KREVA、GOMA meets U-zhaan、桜井和寿、さなり、さらざ(Band set)、STUTS、世武裕子、SO-SO、soraya、ZOMBIE-CHANG、武部聡志、Tani Yuuki、チャラン・ポ・ランタン、帝国喫茶、DJ ダイノジ、東儀典親、東儀秀樹、新妻聖子、秦 基博、半崎美子、日比谷ブロードウェイ(井上芳雄 and more!)、平井秀明、深川パロン倶楽部、藤原道山、mahina、マレー飛鳥、みゆな、The Music Park Orchestra、民謡クルセイダース、Mega Shinnosuke、森 大翔、ゆいにしお、弓木英梨乃、吉田篤貴、yonawo、YOYOKA、LIBERA、龍声 ~ Ryusei ~ with 矢井田 瞳、Ryu Matsuyama (Solo)、ROTH BART BARON (50音順)4/25時点

主催 : 日比谷音楽祭実行委員会/日比谷野音100周年実行委員会  
 実行委員長 : 亀田誠治(音楽プロデューサー・ベーシスト)

# 2022年度 「音楽メディアユーザー実態調査」公表

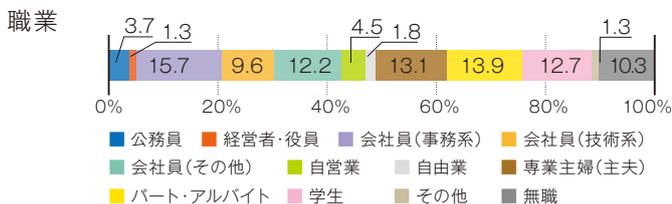
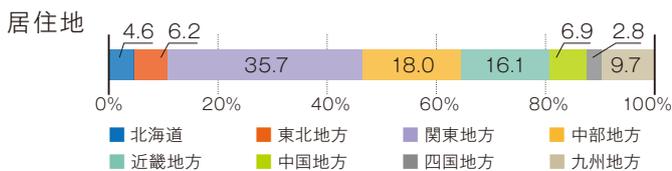
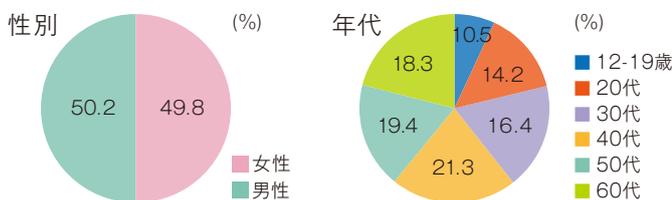
当協会では、音楽全体の市場について経年データを交えながら直近のユーザー動向を整理し、音楽の楽しみ方や音楽関係支出の実態を明らかにすることを目的に「音楽メディアユーザー実態調査」を実施している。本誌では2022年度の調査結果について紹介する。なお、より詳細なPDF版は当協会ホームページにも掲載している。

## 調査概要

項目	内容
調査対象	全国12~69歳の男女
調査手法	インターネットリサーチ
調査時期	2022年11月11日~11月16日
有効回答数	スクリーニング:50,000サンプル 本調査:4,500サンプル

▶音楽メディアユーザー実態調査 2022年度  
<https://www.riaj.or.jp/f/report/mediauser/2022.html>

## 回答者プロフィール



備考 1.調査分析の際は、令和2年国勢調査の人口構成比に基づきウェイトバック補正を行った。なお、上記は補正後のデータである。  
2.指定がない場合、数値は各項目の平均値(小数点以下四捨五入)であり、内訳と合計が一致しない場合がある。  
3.SA:単一回答設問、MA:複数回答設問、SM:単一回答のマトリクス設問、MASA:マトリクス混合

## ユーザーセグメント

本調査分析では、直近半年間の音楽聴取状況について以下①~④のユーザーセグメントを定義している。

### ① 有料聴取層

この半年間に、音楽を聴くために、音楽商品を購入したり、お金を使ったりしたことがある

### ② 無料聴取層

この半年間は音楽にお金を使っていないが、以前から知っていた楽曲に加え、新たに知った楽曲も聴いている

### ③ 無料聴取層(既知楽曲のみ)

この半年間は音楽にお金を使っておらず、以前から知っていた楽曲しか聴いていない

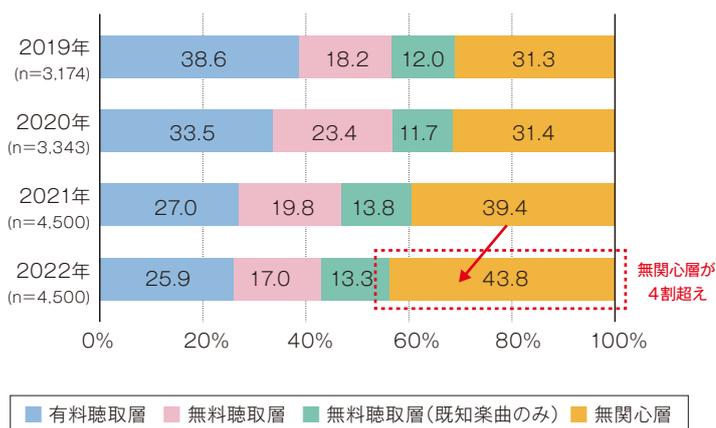
### ④ 無関心層

この半年間は音楽にお金を使っておらず、特に自分で音楽を聴こうとしていない

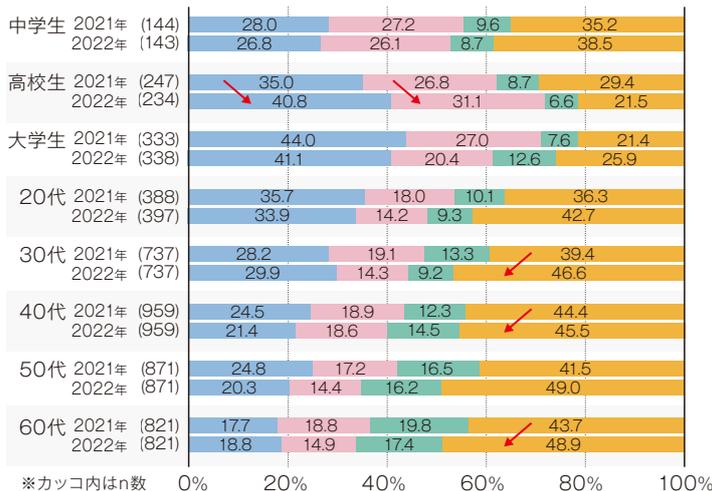
## 1. 音楽との関わり方の変化

2022年は有料聴取層が2021年と比較して1.1pt減少した。無関心層は4.4pt増加し初めて4割を超えた。有料聴取層の割合が高いのは高校生~20代で、特に高校生は有料聴取層・無料聴取層が増加し無関心層が減少した。

### ユーザーセグメント構成比の推移



### 年代別セグメント構成比



Q この半年間の、あなたの音楽との関わり方について当てはまるものをひとつお選びください。SA

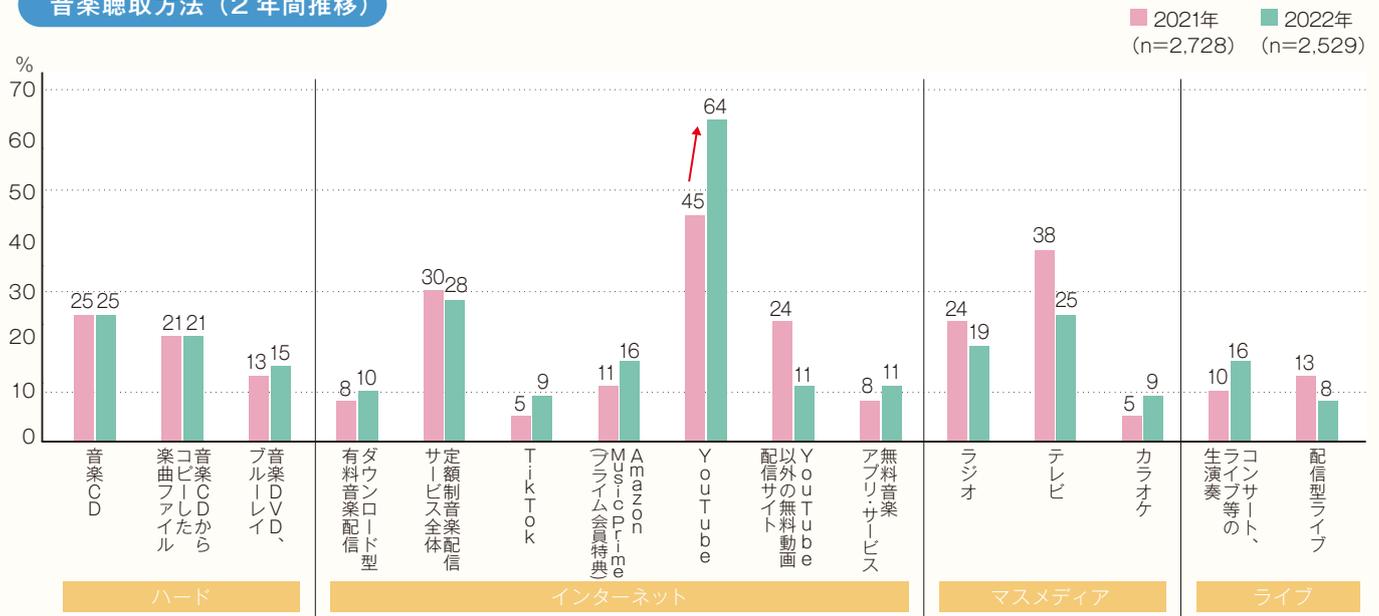
## 2. 音楽聴取方法の変化

「YouTube」の増加が顕著。ライブは昨年に引き続き回復基調が見られた

- ・音楽聴取方法は「YouTube」「定額制音楽配信サービス全体」「テレビ」の順で、昨年と比較すると「定額制音楽配信サービス全体」が「テレビ」を上回った。
- ・前回と比較すると、「YouTube」「Amazon Music Prime」「コンサートやライブなどの生演奏」の増加が顕著であった。
- ・「コンサート、ライブなどの生演奏」は5.9pt増加。

※「定額制音楽配信サービス全体」は、「定額制音楽配信サービス」、「Amazon Prime Music」の合算値

### 音楽聴取方法（2年間推移）



※ベース:直近半年間に音楽視聴した人

Q この半年間に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスは何ですか?当てはまるものを全てお選びください。 MA

YouTubeを中心に、インターネット経由での音楽聴取率は引き続き高い

- ・21年度から増加が見られる「TikTok」は、10代~20代男女が他年代と比較して突出している。
- ・「音楽関連イベント」「コンサート、ライブなど」は10代~20代女性の利用率が高い。
- ・「YouTube」は全ての年代で5割を超えており、10代女性では75.2%が利用している。

### 音楽聴取方法（性年代別）

■ 全体平均+10pt ■ 全体平均+5pt ■ 全体平均-5pt ■ 全体平均-10pt

	音楽CD	定額制音楽配信サービス全体	TikTok	YouTube	無料音楽アプリ・サービス	テレビ	コンサート・ライブ等	配信型ライブ
12-19歳男性	15.3	33.7	20.0	71.9	16.4	15.5	13.1	7.1
20代男性	19.0	38.4	10.3	65.6	10.9	25.3	14.5	7.8
30代男性	20.8	32.7	7.2	68.7	14.6	19.9	11.7	7.6
40代女性	27.9	25.5	3.5	59.9	10.3	21.6	12.1	9.1
50代男性	27.4	28.0	5.2	60.0	12.5	28.3	10.4	4.0
60代男性	29.2	22.9	2.5	62.3	13.3	29.2	7.9	2.5
12-19歳女性	30.3	36.7	36.3	75.2	16.3	25.8	28.5	17.6
20代女性	24.6	46.4	23.8	72.9	13.5	20.3	24.8	15.2
30代女性	25.8	28.2	6.3	62.3	8.8	19.5	21.1	4.3
40代女性	24.2	16.1	2.8	63.7	11.1	27.7	14.2	6.1
50代女性	26.9	20.5	3.0	53.4	7.6	28.0	17.9	7.1
60代女性	24.3	14.1	1.2	56.9	3.2	37.9	17.4	5.7

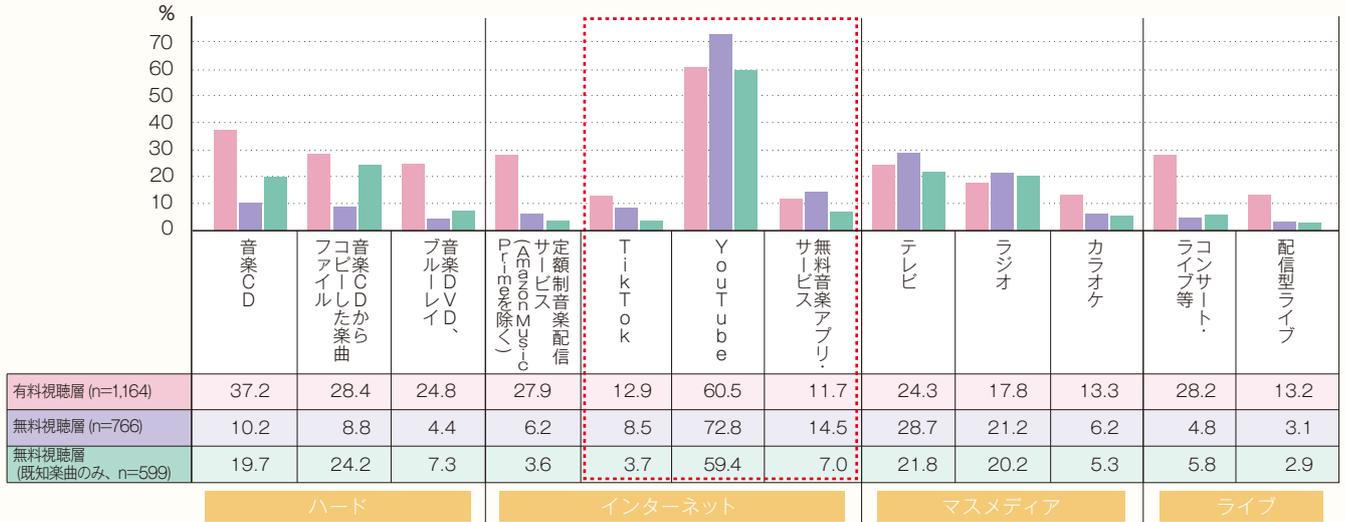
※ベース:直近半年間に音楽視聴した人(n=2,529)

Q この半年間に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスは何ですか?当てはまるものを全てお選びください。 MA

## 有料聴取層と無料聴取層の音楽聴取方法には若干の違いが見られる

- ・有料聴取層も「YouTube」「無料アプリ、リーチサイト」といった無料サービスを利用しているが、無料聴取層と比べるとやや少ない傾向がある。
- ・音楽に関心があるかどうかに関わらず、無料で聴くことができるサービスが使われている傾向にある。

### 音楽聴取方法（音楽への関心別）



Q この半年間に、音楽を楽しむために利用した商品やサービスは何ですか？当てはまるものを全てお選びください。MA

### 可処分所得と音楽の聴取方法の関係は？

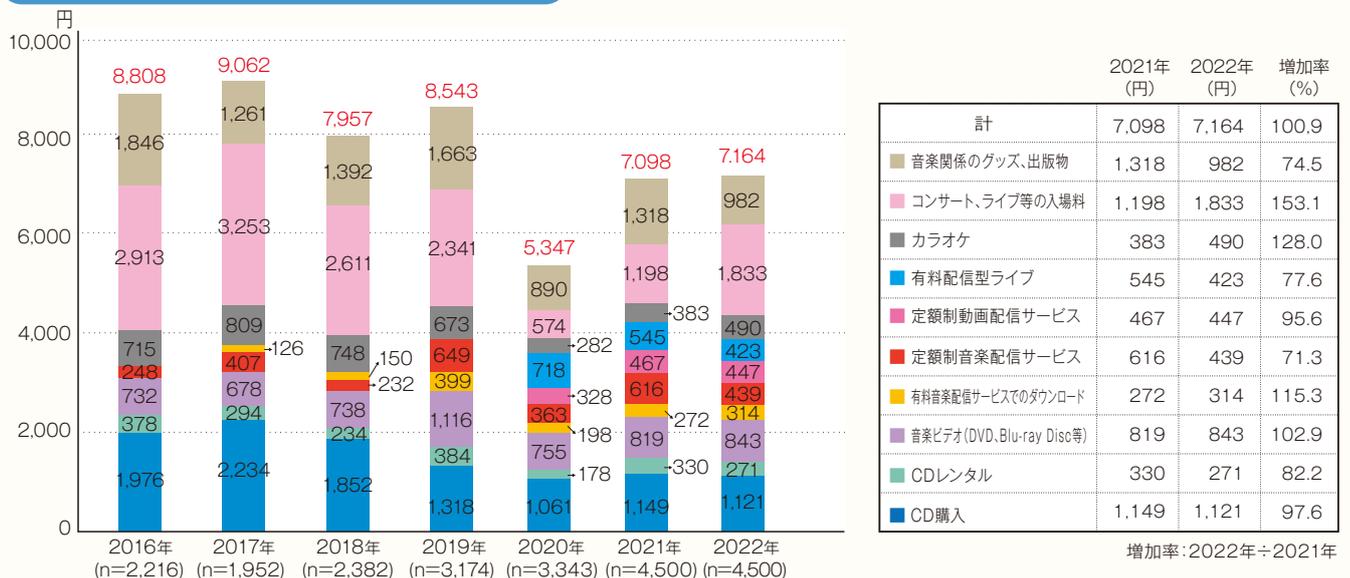
今回の音楽メディアユーザー実態調査では、1ヶ月あたりの可処分所得と音楽の聴取方法についてもクロス集計し、関係性を考察した。誌面の関係でグラフは紹介できないが、可処分所得が高ければ高いほど定額制音楽配信サービスや動画配信サービス、音楽CDといった有料サービスの利用率が高い傾向であった。一方で、可処分所得の多い層もYouTube、テレビ、無料音楽アプリ等の無料サービスの利用率は高く、無料サービスは可処分所得に関わらず利用されている実態が見られた(2022年度音楽メディアユーザー実態調査報告書 P12参照)。

## 3. 音楽への支出額

### 「コンサートやライブ」への支出が大きく増加

- ・2022年の音楽への総支出額は7,164円で前回調査とほぼ横ばいであった。
- ・項目別に見ると「コンサート、ライブ等の入場料」は前年より約1.5倍の635円増加となり、ライブの楽しみ方がオンラインからオフラインに戻りつつある傾向が見られた。

### 音楽への支出額推移（2016年～2022年）



※赤字は合計金額 ※2022年度調査より選択肢を調整したため、過去6年分のグラフとの比較は2022年度の選択肢で比較している

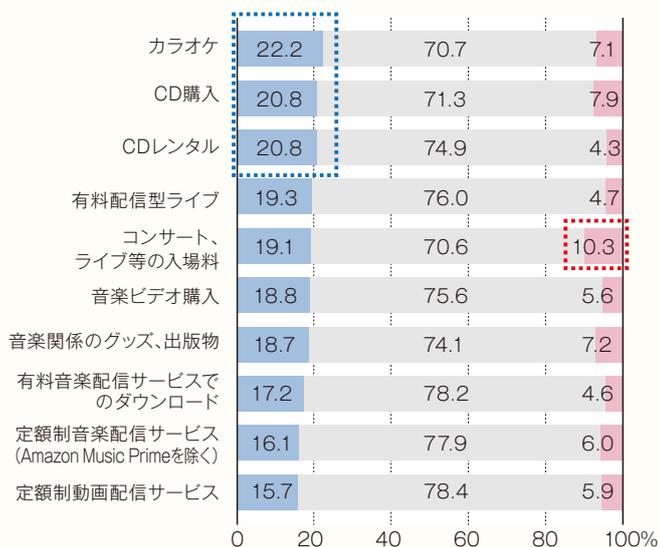
Q この半年間に音楽関連の商品・サービスについてどの程度お金を使いましたか？ SM

## 音楽への支出額の増減／楽曲購入が減った理由

- ・音楽への支出額が減った項目の上位は「カラオケ」「CD購入」「CDレンタル」などであり、減った理由としては「無料で聞ける手段が増えた」が最多であった。音楽聴取方法でYouTubeが昨年より19.1ポイント増加したことも踏まえ（P.4参照）、無料サービスで聴取する人がさらに増えたと考えられる。
- ・支出額が増えた項目は「コンサート、ライブ等の入場料」が最も高く、リアルイベントの本格的な再開によるものと推察される。

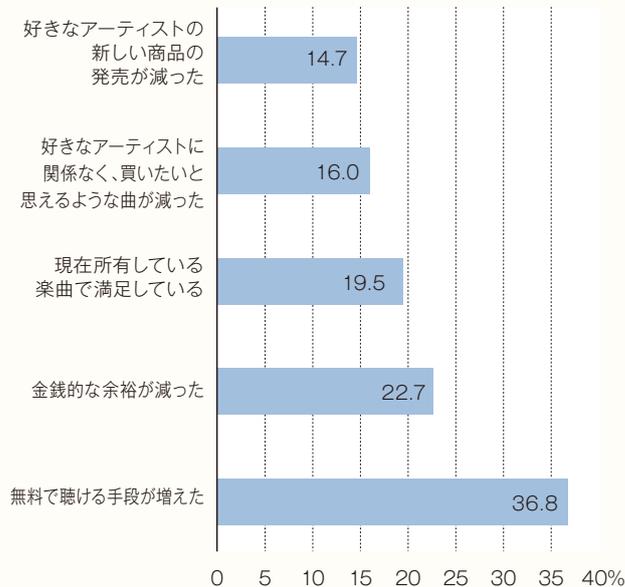
## 音楽への支出額の増減

■減った ■同程度だった ■増えた



※ベース:直近半年間に音楽視聴した人 (n=2,529)

## 楽曲購入が減った理由 (上位5項目)



※ベース:楽曲の購入金額が昨年同時期に比べて減った人 (n=730)

Q この半年間に音楽関連の商品・サービスに対してお金を使った額は、昨年の同時期に比べてどのように変わりましたか? SM

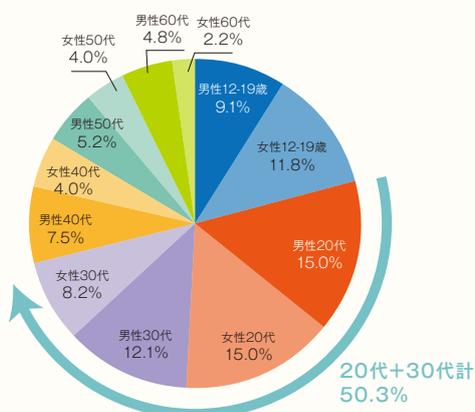
Q 楽曲の購入について、昨年の同時期に比べて使ったお金の額が減った方に伺います。その理由について、当てはまるものを全てお選びください。また、そのうち最も大きいと思う理由をひとつだけお選びください。MASA

## 4. 定額制音楽配信サービスの利用

## 10代女性などで支出増加

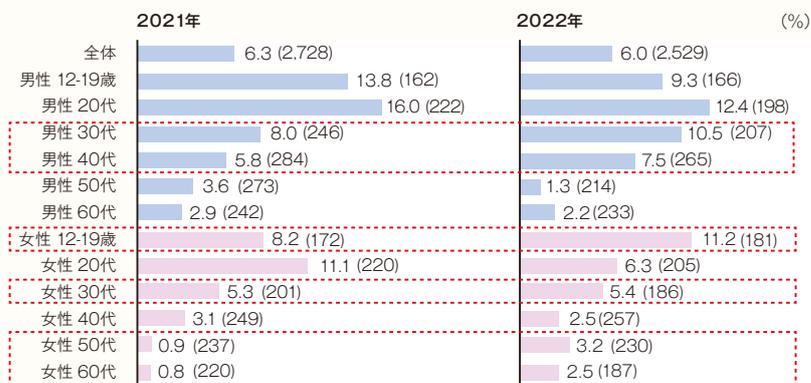
- ・定額制音楽配信サービスを利用している人は、昨年同様20代~30代が5割を占める。
- ・定額制音楽配信サービスの支出が増加したのは30代男性、40代男性、10代女性、30代女性、50~60代女性。

## 定額制音楽配信サービス 利用者の性年代構成



※ベース:直近半年間に音楽視聴かつ定額制音楽配信サービスを利用した人 (n=394)

## 定額制音楽配信サービスへの支出が増加した年代



※ベース:直近半年間に音楽視聴した人 ※カッコ内はn数

※ここでの定額制音楽配信サービス利用者はAmazon Music Primeを除く

Q この半年間に音楽関連の商品・サービスに対してお金を使った額は、昨年の同時期に比べてどのように変わりましたか? SM

# IFPI『Global Music Report 2023』発行 ～2022年世界の音楽産業 全世界音楽売上は前年比9.0%増と引き続き成長が続く～

イギリス時間3月21日、IFPI（国際レコード産業連盟）は、年次レポートの『Global Music Report 2023』を発行した。

コロナ禍による需要喚起の影響で例外的な成長を遂げた2021年（+18.5%）と比較すると伸びは鈍化したものの、2022年も引き続き成長傾向を見せ、多くの項目でプラス成長を記録。今号ではその2022年の世界の音楽産業概況をダイジェストで紹介する。

出典：IFPI『Global Music Report 2023』

▶IFPI <https://www.ifpi.org/>

## 2022年世界音楽売上

パッケージ売上	4.6 (+4.0%)
ストリーミング売上	17.5 (+11.5%)
ダウンロード・その他売上	0.9 (-11.7%)
演奏権収入	2.5 (+8.6%)
シンクロ収入	0.6 (+22.3%)
合計	26.2 (+9.0%)

備考 1. 金額:10億USDドル  
2. カッコ内は前年売上からの増減

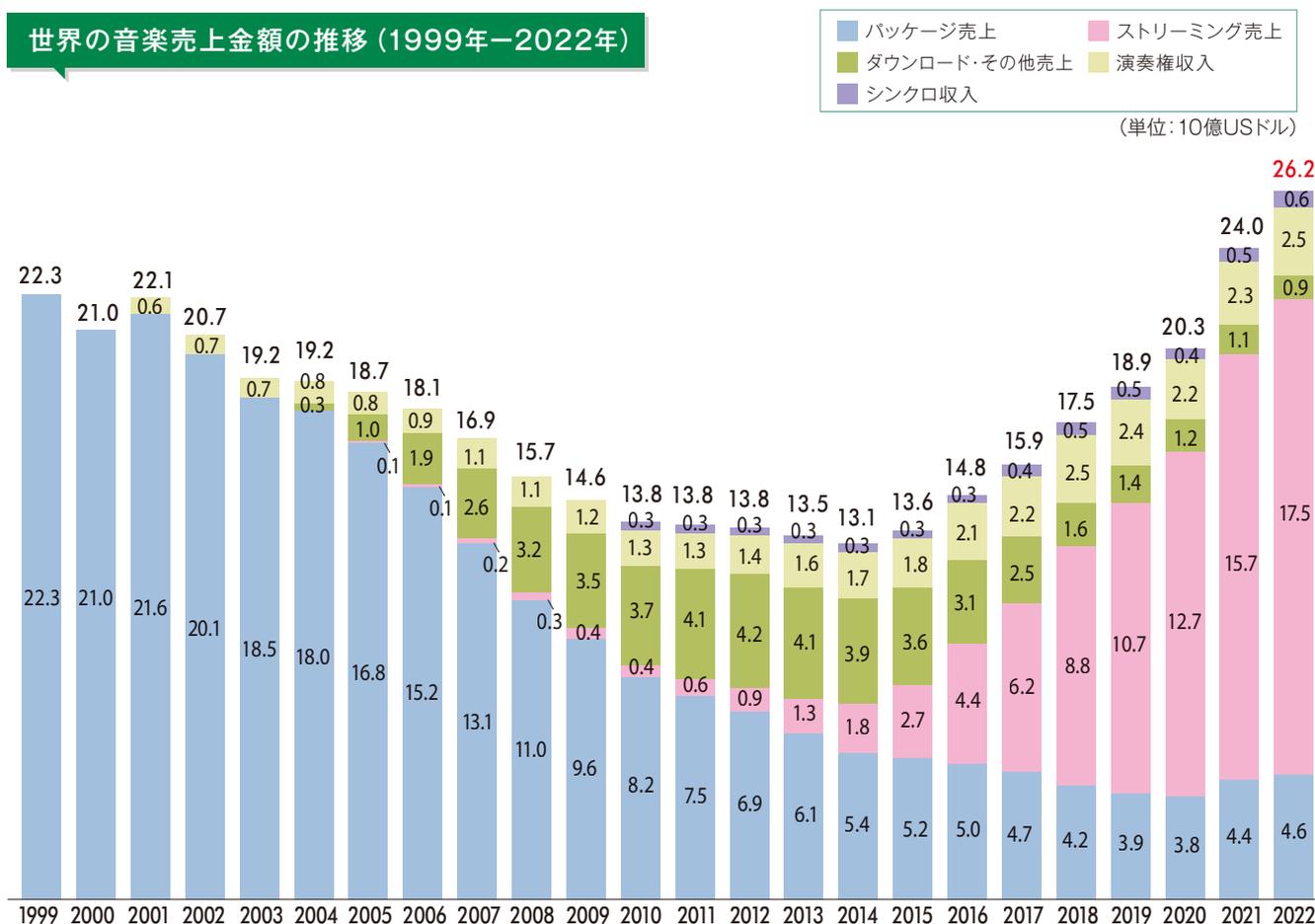
## 全世界の音楽市場概況

2022年の全世界音楽売上は、+9%となる262億ドル（約3兆4千億円）まで成長した。世界のすべての地域、およびトップ10すべての国で売上を伸ばしたほか、中国が初めてトップ5入りし、ブラジルはトップ10に返り咲いた。

「ダウンロード・その他」を除く「ストリーミング」「パッケージ」

「演奏権」「シンクロ」すべての項目で成長した。特に有料オーディオストリーミング（+10.3%、127億ドル）が成長をけん引し、ストリーミング全体（有料オーディオストリーミング・広告型ストリーミングの合計）が市場全体の67%と過去最高に達した。

## 世界の音楽売上金額の推移（1999年～2022年）



## フォーマット別売上実績



### ストリーミング売上 STREAMING

↑ 11.5%

2022年も世界のストリーミング売上は成長を続け、二桁成長(+11.5%)となる175億ドルを記録した。前年の成長率(+23.9%)からは鈍化したものの、地域によっては高い成長が続いた。2022年の世界の有料オーディオストリーミング売上は10.3%伸び、127億ドルに達した。



### ダウンロード・その他売上 DOWNLOAD AND OTHER DIGITAL

↓ 11.7%

ダウンロード・その他は、既定路線ではあるが全フォーマットの中で唯一減少を記録し、全体の3.6%を占めるにすぎない。ストリーミングの成長に伴い、デジタルのフォーマットはストリーミングが圧倒的な状況である。内訳では、無期限ダウンロードが前年比19.6%減の6.4億ドル、その他項目は12.2%増であった。



### パッケージ売上 PHYSICAL

↑ 4.0%

CD・アナログレコード・その他パッケージを含むパッケージ市場の売上は、昨年のアフターコロナの急回復による高い成長(+16.1%)ほどではないものの、2年連続でプラスを記録した。前年比4.0%増、46億ドルに達し、全体の17.5%を占めた。内訳は、CD・その他パッケージが微減(0.4%減)した一方、アナログレコードが10年以上続くプラス基調の下、2022年は前年比17.1%増と高い成長を記録した。アジア地域が引き続き最も高く、世界のパッケージ売上の約半分(49.8%)がアジア地域によるものである。



### 演奏権収入 PERFORMANCE RIGHTS

↑ 8.6%

演奏権収入(放送や公衆演奏で使われる音楽の使用料収入)は前年比8.6%増であった。2022年は25億ドルに達し、パンデミック前のレベルに回復し、全体の9.4%を占めた。

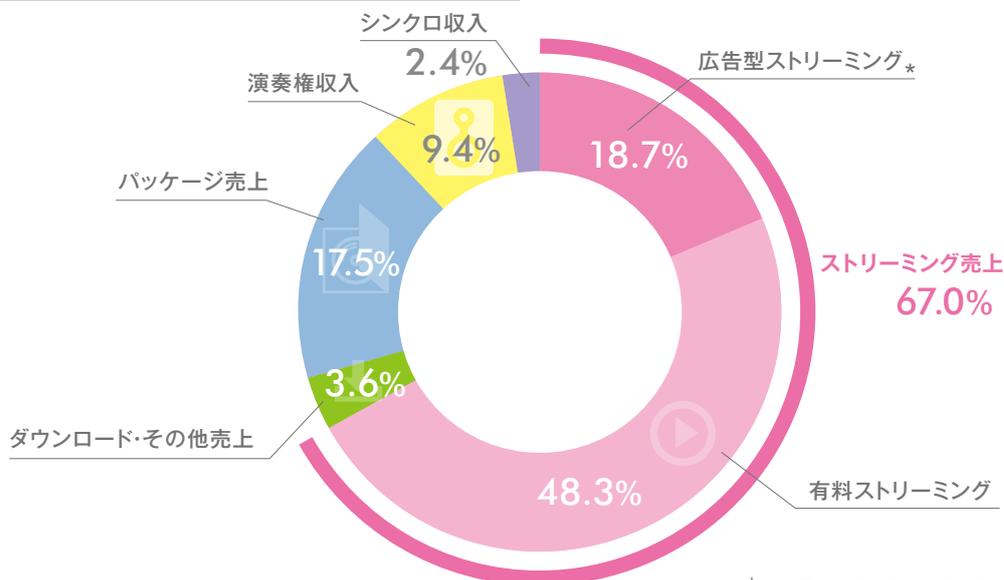


### シンクロ収入 SYNCHRONISATION

↑ 22.3%

2022年のシンクロ収入(CM、映画、ゲーム、テレビなどで音楽を使用する際の使用料)は全体売上のうち2.4%であるが、前年に引き続き20%以上の高い成長を遂げ、約6.4億ドルに達した。

## 2022年世界音楽売上フォーマット別シェア



\*広告型ストリーミングはビデオストリーミングを含む

# 地域別市場概要



## ヨーロッパ市場 ↑7.5%

世界2位の市場であるヨーロッパは2022年7.5%増を記録した。地域内トップ3のイギリス・ドイツ・フランスすべてで成長(それぞれ+5.4%、+2.2%、+7.7%)した。世界のストリーミング売上のうち4分の1以上(26.0%)がヨーロッパによるもので、世界の演奏権収入ではシェアが最も高い地域(全体の54.9%)である。



## アジア市場 ↑15.4%

アジア市場は+15.4%と二桁成長を3年連続で記録し、他の市場よりも高い成長率を見せた。地域最大の市場である日本は2年連続の成長(+5.4%)であり、第2の市場である中国は28.4%増と目覚ましい成長を記録したことで世界のトップ5に初めて入ることとなった。アジア地域は全体の22.9%を占める市場である。



## オーストララシア市場 ↑8.1%

オーストラリアはストリーミングの成長が牽引することで+8.1%を記録し、トップ10入りした。同様にニュージーランドも前年比8.0%増を記録した。オーストララシア地域全体では前年比8.1%増となり、前年(+4.7%)より高い成長率を記録した。



## 北米市場 ↑5.0%

アメリカ・カナダの北米地域では、アフターコロナの例外的な急成長を見せた前年の成長率(+21.8%)と比較すると鈍化したものの、2022年は前年比5.0%増と世界最大の売上を維持した。アメリカ(+4.8%)、カナダ(+8.1%)ともにトップ10入りし、アメリカは初めて売上が100億ドルを超えた。北米地域は全市場の売上のうち41.6%を占める。



## ラテンアメリカ市場 ↑25.9%

25.9%プラスとなり、成長軌道が10年以上続いている。2大市場であるブラジル(+15.4%)、メキシコ(+24.3%と急成長)を含むすべての国で二桁成長を記録。市場売上のうち85.2%がストリーミング売上であり、ストリーミングが圧倒的である。



## 北アフリカ・中東市場 ↑23.8%

2022年は地域別で3番目に高い成長率である+23.8%を記録した。ストリーミング売上が市場全体の95.5%と圧倒的なシェアを占めている。



## サブサハラ・アフリカ市場 ↑34.7%

30%以上の成長率を見せた唯一の地域であり、急速に拡大している。特に同地域最大の市場である南アフリカ(前年+2.4%から2022年は+31.4%と急成長)の大きな伸びが寄与した。

### 2022年 音楽売上 トップ10

- |    |      |     |         |
|----|------|-----|---------|
| 1位 | アメリカ | 6位  | フランス    |
| 2位 | 日本   | 7位  | 韓国      |
| 3位 | イギリス | 8位  | カナダ     |
| 4位 | ドイツ  | 9位  | ブラジル    |
| 5位 | 中国   | 10位 | オーストラリア |



# 公正取引委員会へ 再販制度弾力運用報告書を提出

当協会は2022年12月31日時点のレコードメーカーによる「音楽CD等の再販制度の弾力運用の状況について」の報告書を取りまとめ、2023年3月16日に公正取引委員会へ提出した。ここでは同報告書より抜粋した内容を掲載する。なお、当協会ホームページにて報告書全文を公開している。

▶再販制度 <https://www.riaj.or.jp/f/leg/saihan/>

## 音楽用CD等の再販制度に関する 弾力的な運用と流通改善について

### 1. 時限再販・部分再販等再販制度の運用の弾力化

#### ① 時限再販期間の短縮について

レコードメーカー各社は、1998年以降時限再販期間の更なる短縮に取り組み、現在再販期間は1年または6ヶ月となっている。

#### ② 時限再販期間経過後商品の値引き販売について

主要レコード店をはじめ全国レコード販売店において、値引き販売が実施されている。レコードメーカーは、営業施策の一環として販売店と協力し、年間を通じた時限再販期間経過後商品の店頭値引き販売を適宜積極的に展開している。

#### ③ 非再販商品の発売と値引き販売について

2022年の全CD新譜数9,290タイトル（2021年10,412タイトル）であったが、このうち、CD+DVD商品は1,432タイトル（2021年1,574タイトル）、非再販CDのタイトル数は1,101タイトル（2021年1,009タイトル）となり、CD+DVD商品および非再販CDの合計で2,533タイトル（2021年2,583タイトル）と、昨年に引き続き2,000タイトルを越える商品が非再販商品として発売されている。

なお、CD+DVD商品はヒット作品でも数多く発売されており、2022年に発売され正味出荷枚数が100万枚を超えた「ミリオン認定作品」はアルバム1タイトル、シングル1タイトル（2021年：アルバム2タイトル）で、どちらもCD+DVD商品の形態で発売されている。

#### ④ 廃盤セールの実施状況

レコード業界は、1992年度から年1回「廃盤セール」を開催してきたが、近年の廃盤タイトルの減少傾向により、本セールへの出品数の大幅な減少が見込まれたことから、今年度の実施は見送ることとした。

なお、今後の本セール実施については、出品予定数の状況を見極めながら来年度以降も継続して検討を行う。

#### ⑤ 総額表示への価格表示方法変更後の状況について

商品が非再販となっているか否かを認知しやすい方法に変更している。

### 2. 各種割引制度の導入等価格設定の多様化

2022年のアルバムの年間平均小売価格は2,310円となり、昨年の2,139円から上昇した。

### 3. 再販制度の利用・態様についての 発行者の自主性の確保

従来からレコードメーカー各社が再販制度の利用を自らの判断で決定しており、今後も同様に継続される。

### 4. サービス券の提供等消費者に対する 販売促進手段の確保

サービス券・ポイントカードは消費者サービスの一環として定着している。

### 5. 通信販売・直販等流通ルートの多様化及び これに対応した価格設定の多様化

レコードメーカー各社は、従前から消費者の購入利便性の向上のため、通販・直販等流通ルートの多様化に取り組むと同時に、多様な価格設定を行っている。

### 6. 円滑・合理的な流通を図るための取引関係の 明確化・透明化その他取引慣行上の弊害の是正

取引関係に関する特段の弊害はない。

### 7. その他

インターネットの普及拡大に伴い、レコードメーカー各社は自社のWEBサイトを利用して、プロモーションを目的にCD音源の無料試聴サービスを実施している。

また販売店においても、デジタル試聴機が導入されており、現在162店に、据え置き筐体型、タブレット型等363端末が設置され、約408万曲がストリーミングにより視聴可能となっている（2022年12月現在）。

レコード業界は、音楽用CD等の再販制度について国民から引き続き理解が得られるよう、今後も消費者利益の向上を目指し、音楽用CD等の企画の多様性の確保、流通の合理化などの改善に積極的に取り組んでいく。

# 令和5年度事業計画書

令和4年の市況を振り返ると、音楽配信売上が9年連続のプラス成長で1,050億円（前年比117%）となり、集計開始以来の最高額を達成した。特にストリーミング市場が前年比125%の928億円と伸長し、音楽配信市場におけるシェアが83%から88%に拡大した。他方、音楽ソフト（オーディオレコード+音楽ビデオの合計）の生産金額は、オーディオレコードが前年比105%の1,349億円、音楽ビデオが前年比103%の675億円となり、合計の年間生産金額は前年比104%の2,023億円となり令和元年以来3年ぶりの2,000億円を超えた。この結果、音楽ソフトの生産金額と音楽配信売上の合計は前年比109%の3,074億円となり、4年ぶりに3,000億円を超えた。

このような業界環境を踏まえ、当協会では、担う役割3つ（①業界の収益を「伸ばす」、②違法を「なくす」、③レコード産業からのメッセージを「伝える」）に関する事業に優先度を付けて取り組んできており、令和5年度も引き続きこの方針を継続する。

令和5年度の具体的な事業は以下の通りである。

## 〔事業活動〕

### 〔1〕レコード等の普及に関すること

#### 1.「音楽CDの再販制度」の維持と弾力運用の推進

- 音楽文化発展の基盤である「音楽CDの再販制度」を維持するべく、必要な諸施策を実施する。
- 時限再販等の弾力運用を推進するとともに、ユーザーへの還元施策であるインターネット廃盤セールについて、内容の見直しも含め、開催について検討する。

#### 2.業界広報の強化

- リーチサイト・リーチアプリ規制に関する令和2年改正著作権法について、特設サイト「あの音楽アプリは、もう違法。」等を主軸とした周知啓発活動を引き続き行う。
- 会員社若手社員が就活生向けにレコード業界の魅力を発信する合同産業セミナーについて、改善を加えながら継続実施する。
- 音楽配信統計や各種認定等に関して、環境や社会の変化に即した見直しと情報発信を行い、産業研究・分析、音楽ユーザーの適法利用促進に繋げる。

#### 3.需要喚起関連事業

音楽の素晴らしさや楽しさを発信し、音楽リスナーの増加と音楽を聴くライフスタイルの普及を図る総合的な施策を検討する。

#### 4.「日本ゴールドディスク大賞」の実施

アーティスト・作品の顕彰と日本音楽の歴史の記録として「日本ゴールドディスク大賞」を継続して実施する。

#### 5.日本音楽の海外展開の促進

一般財団法人日本音楽産業・文化振興財団（JMCE）への協力を通じ、会員各社の海外展開を支援する。JMCEの主な海外展開事業は次の通りである。

- 「第20回東京国際ミュージック・マーケット（TIMM）」の開催
- 海外の日本音楽ファンやバイヤー等への情報発信の強化
- その他、海外展開関連事業

#### 6.RIAJセミナーの開催

会員各社へのタイムリーな情報提供を目的としたセミナーを定期的に開催する。

#### 7.音楽権利情報データベースの充実

一般社団法人音楽情報プラットフォーム協議会（MINC）の構成団体として、音楽権利情報データベースの更なる充実とデータ提供の拡大に取り組み、もって円滑な権利処理の促進を図る。

### 〔2〕レコード等に関する調査研究およびデータの収集

#### 1.市場調査、産業統計の充実

パッケージ商品および音楽配信に関する各種産業統計データを、市場変化を踏まえた見直しを適宜図りつつ、的確な集計と迅速な公表を行う。

#### 2.音楽に関する消費者実態調査の実施

「音楽メディアユーザー実態調査」について、ユーザー動向の経年変化を把握する定点調査に加え、「特定テーマ調査」として直近のマーケット状況を踏まえた深掘りテーマについても調査を実施する。

### 〔3〕レコードを通じた音楽文化の保存に関すること

録音エンジニアの技術向上と地位確立を目的とした「日本プロ音楽録音賞」の共催を継続実施する。

### 〔4〕著作権および著作権隣接権等の普及・啓発に関すること

#### 1.音楽の違法利用を撲滅するための対策の強化

- 違法対策の専任組織「著作権保護・促進センター（CPPC）」において違法音楽ファイルの削除要請を継続して実施する。また、SNS上の違法音楽ファイルおよびリーチサイト対策も継続して実施する。
- 国外サイトに関しては、国際レコード産業連盟（IFPI）との連携により削除要請の対象を拡大するとともに、中国サイトについては、中国国家著作権局との連携や当協会北京代表処を通じたサイト運営事業者との協議実施等により効率的な対策を講ずる。
- 公正な音楽市場の形成を阻害する無許諾音楽アプリの撲滅に向けた総合的な対策を継続して実施する。具体的には、アプリストアへの削除要請、広告事業者に対する違法音楽アプリで表示される広告の停止要請、アプリ開発者等に対する警告や法的措置の検討、違法ファイルへのリンク削除要請やファイル削除要請等、多角的な対策を継続実施する。
- アグリゲーター（音楽配信仲介サービス）経由で行われる無許諾配信への対策を実施する。
- 悪質な違法行為者の告訴等を継続して実施する。
- ファイル共有ソフトを悪用した違法行為者のうち特に悪質性の高い者に関して、発信者情報開示請求及び同訴訟により住所・氏名等の開示を受け、損害賠償請求や告訴等の対応を継続する。

#### 2.著作権教育・啓発活動の実施

- 大学寄附講座は、今年度から法政大学で開講し、若年層のレコード産業・著作権制度に対する理解促進に努める。また、一般社団法人日本音楽出版協会が令和3年度から3年間開講する電気通信大学の寄附講座への支援・協力を行う。
- 音楽が制作される過程を学び、上質な環境で音楽を楽しむ機会を提供するレコーディングスタジオ見学プログラムを引き続き実施するとともに、修学旅行生等の職場訪問受入れなど、若年層への著作権教育の機会を増大するための取り組みをオンライン対応も取り入れながら継続する。
- その他、著作権教育の促進に資する活動を実施する。

#### 3.レコードの業務上の演奏利用から適正な対価が還元される法制度創設に向けた活動

いわゆる「レコード演奏・伝達権」について、IFPIや実演家団体と連携して法制度創設に向けた関係省庁等への働きかけを継続して実施する。

#### 4. DX時代に対応した著作権制度の検討への対応

- (1) 令和5年通常国会での著作権法改正が予定されている「DX時代に対応した簡素で一元的な権利処理方策」について、適切な権利保護に留意しながら、権利処理の円滑化に協力する。
- (2) ビッグプラットフォームとの「バリューギャップ」問題について、文化庁審議会における「クリエイターへの適切な対価還元」の議論を注視し、必要な働きかけを行う。

#### [5] レコード等に関するデータの公表

レコード産業への理解促進と産業全体の更なるイメージ向上を図るため、機関誌、ホームページ、プレスリリース等を活用して積極的に情報発信するとともに、社会貢献活動や文化活動についても広報する。

#### [6] レコード製作者に係る商業用レコードの二次使用料に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

1. 二次使用料を安定的に確保するために、放送・有線放送事業者との間で協議を実施し、使用料水準の維持確保に努める。
2. 二次使用料の放送実績分配への完全移行を目指し、分配ルールの見直しとシステム改修に取り組む。

#### [7] レコードに関するレコード製作者の複製権、譲渡権および送信可能化権等ならびに実演家の送信可能化権等に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

##### 1. 放送番組のネット配信等にかかる集中管理の取り組み

- (1) 放送番組の同時配信等に係る集中管理運用の円滑化や委任者拡大等の課題に継続して取り組む。
- (2) 集中管理外のレコードを用いた放送同時配信等について、令和3年改正著作権法で導入された新制度（補償金等）の運用検討に適切に対応する。
- (3) 令和2年度から開始したネット独自の放送型送信（いわゆるウェブキャスト）に係る集中管理について、実務運用の安定化を図りながら利用の拡大に取り組む。

##### 2. 教育・文化・プライダル分野等のレコード利用集中管理事業の推進

- (1) 教育・文化系催事に係る一任型集中管理事業の安定化に取り組む。
- (2) プライダル分野におけるレコード利用について、一層の円滑化と権利処理促進を図る。また、適法利用に向けた利用者への啓発活動を推進するとともに、許諾を得ずにレコードを利用する事業者への対策を強化する。
- (3) 利用者から要望のあるその他利用形態について、集中管理の実現可能性を検討し、可能な分野から集中管理の範囲拡大に努める。

#### [8] レコード製作者に係る商業用レコードの公衆への貸与に係る報酬等に関する権利行使の受任、金額の取り決めならびに徴収および分配

貸レコード使用料等の円滑な徴収および分配に努める。

#### [9] 私的録音補償金に関する指定管理団体の構成員としての業務ならびにレコード製作者に係る当該補償金の受領および分配

私的録音録画補償金管理協会(sarah)の構成団体として、私的録音録画補償金制度の円滑な運用を支援するとともに、適切な分配に努める。

#### [10] 授業目的公衆送信補償金に関する指定管理団体の構成員としての業務ならびにレコード製作者等に係る当該補償金の受領および分配

授業目的公衆送信補償金等管理協会(SARTRAS)の構成団体として、授業目的公衆送信補償金制度の円滑な運用を支援するとともに、適切な分配に努める。

#### [11] その他

##### 1. 政府の審議会等への委員派遣および経済団体への参画等

文化審議会著作権分科会等へ委員を派遣するなど、外部の会議体等に積極的に参画し、意見を表明する。

##### 2. 国内・国外の団体、機関との連携活動

国内の音楽関係団体並びにIFPIおよびアメリカレコード協会(RIAA)等海外のレコード産業団体との連携と情報交換を積極的に推進する。

##### 3. 「レコード倫理審査会」の開催・運営

レコード制作者としての社会的倫理責任を果たすため、「レコード制作基準」に則り「レコード倫理審査会」を開催・運営する。

##### 4. 業界規格(RIS)の制定と改正

CD等レコード商品の表示、付属品等に関する日本レコード協会規格(RIS)について必要な制定・改正を行う。

##### 5. ISRC(International Standard Recording Code)の管理機関としての活動

音源の識別に利用されるISRC(国際標準レコーディングコード)の国内登録代行機関として、普及・管理に関する活動やコードの申請受付・交付等を行う。

また、各種申請のオンライン化など、運用の見直しとISRCウェブサイトの全面改修を行い、一連の手続き簡素化・迅速化を目指す。

##### 6. 福祉・厚生施設へのレコード寄贈

福祉厚生・療養施設(児童福祉施設、老人ホーム等)の方々に音楽を楽しんで頂く事を目的として昭和38年から毎年実施しているレコード(CD)寄贈事業を継続実施する。

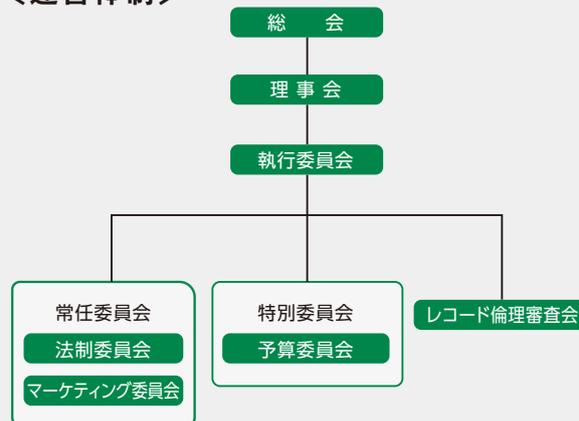
##### 7. 会員各社の業務の集約化(シェアードサービス)

会員各社の業務の効率化と負担軽減を図るため、集約化が考えられる業務に関する会員社ニーズを引き続き把握しながら必要な施策を推進する。

##### 8. 会員社共益事業

海外を中心としたデジタルビジネスの動向等に関する情報を、セミナー等を通じて会員社に提供し、国内外のビジネス展開の支援を図る。

#### (運営体制)



本年度も、関係官庁並びに関係団体の協力を得て業務を推進する。

# 第108回RIAJセミナー 「新入社員合同研修会・懇親会」開催

4月7日、東京都港区のベルサール虎ノ門において、当協会会員社の新入社員を対象とするRIAJセミナーが開催された。

約120名が参加した研修会では、冒頭、当協会 須貝理事から挨拶があり、続いて、企画・広報部 小峰チーフによる「レコード業界について」、著作権・契約部 石川部員による「レコード会社と著作権」、CPPC 川名部員による「日本レコード協会の違法対策」をテーマとした講義が行われた。その後、当協会 村松会長より新入社員に向けて挨拶が行われ、野球・WBCでの日本代表の活躍に例えながら「音楽界の大谷翔平となるような、世界で活躍するアーティストを作っていこう」と激励の言葉がかけられた。

研修会の後半には恒例の各社ごとの新入社員紹介が行われ、個性あふれる自己紹介で大いに盛り上がった。研修会終了後は4年ぶりに懇親会を開催。新入社員同士で名刺交換など自由に交流が行われ、最後にJVCケンウッド・ビクターエンタテインメント人事総務部人事グループ 稲屋ゼネラルマネージャーによる三本締めにて閉会となった。



研修会の様子



日本コロムビア  
ドリーミュージック  
フェイス  
(フェイスグループ)



JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント



キングレコード



テイチクエンタテインメント



ユニバーサルミュージック



ソニーミュージックエンタテインメント



ポニーキャニオン



ポップ



エイベィクス



フォーライフミュージックエンタテイメント



バンダイナムコミュージックライブ



スペースシャワーネットワーク



キッスエンタテインメント



ミスファクトリー



日本レコード協会

合同研修会・懇親会を終えた新入社員に対してアンケートを行った。回答の一部を紹介する。

### レコード業界(会社)への志望動機

- 新しいアーティストをより多く世に出し、音楽というコンテンツを通して、世の中の文化的な発展に貢献したいと思ったから。
- 日々の心の支えとなるような音楽エンターテインメントを世界中の方々に届けたいから。
- 音楽が大好きで、エンターテインメントを通してたくさんの人々をワクワクさせたいと思ったから。
- 著作権法の知識を活かし、権利ビジネスを行いたいと思ったから。
- エンターテインメント全体に興味があった。音楽と他分野をつなげたい。
- ライブの非日常感のように、生きる勇気や日々の糧になるような音楽や体験・時間をファンに届けたいと考えたから。



会長挨拶

### 研修会感想

#### 1.レコード業界について

- 意外と日本では、ストリーミングが伸びつつもパッケージが維持できていることに驚いた。
- 想像していたよりも日本の市場が大きく、また世界全体としては拡大傾向にあるということが驚きだった。
- 日本レコード協会が何をやっているのかを知ることができた。また、マーケット状況についても詳しく理解することができた。
- アナログレコードが直近2年間で2倍の売上を出していることが印象的だった。私もこの2年くらいでアナログレコードを集めていたので全世界で同じ傾向にあるのだと感じた。
- マーケットの時代変化が理解できた。想像よりも変化が早かったことが印象に残った。
- CDは売れなくなってレコード会社は危ないんじゃないか、という声も耳にしたが、近年の伸び率を改めて知り、これからより良いものを作ってさらなる発展に貢献できるよう努めていきたいと思った。

#### 2.レコード会社と著作権

- レコードの権利者をより細かくわかりやすく説明してくれた点や、音楽が使用された際にどのようなお金のやりとりが発生するかをクイズ形式で教えてくださった点が勉強になった。
- 自分の仕事に直接関わる分野だったので非常に興味深かった。著作権と著作権隣接権について自分の中であやふやだったところが整理されたと思う。
- 著作権・著作権隣接権は音楽ビジネスを行う者にとって収益の根源となる大事な権利だが、具体的な事例で音源が使用される際に発生する権利について知ることができた。

- 今まで著作権は著作権一つとしか理解していなかったが、レコード会社は著作権隣接権者であるということを知ることができてよかった。また、放送事業における使用料についてレコード協会を通して受け取っていることも初めて知った。
- 法律が守られて、正しく音楽が世の中に出回って欲しいと思った。しっかりと利益がアーティストに還元されることが、業界を育てることだと感じた。
- 私たちレコード会社は著作権に守られる側でもあり守る側でもあるということ。法律の知識を持った上で、正しくヒットを生み出していこうと思った。

#### 3.違法対策について

- 日本レコード協会がどのような違法対策を行っているのかについて学ぶことができた。違法アップロードアプリの削除期間なども興味深かった。
- 違法サイトやサービスに対して、具体的な対策を知ることができた。
- 違法対策を行ってくださっているおかげで、アーティストが正当な対価を得られることができると感じた。
- 違法対策はもちろんのこと、社会全体を通して著作権意識の向上も非常に重要であると改めて感じた。
- 違法アップロードやリーチサイトの削除件数がこれほどまで多いとは知らなかった。衝撃だった。業界全体として、そうした問題に取り組んでいく必要があると思った。
- Music FMは、高校時代に非常に流行っており、違法だという認識を当時あまり持っていなかった。まだまだ世間的に認知されていない違法行為も存在すると思うので、音楽を守るために違法行為撲滅の啓発活動も大切だと思った。

### その他

- 同業他社のコミュニケーションは貴重だと感じているため、これを機に企業全体で音楽市場を盛り上げていきたい。
- レコード産業の基本的な知識を知ることができ非常に有意義な時間だった。また、各社の特色ある自己紹介を見て、良い刺激ももらった。
- 村松会長が仰っていたように、音楽業界も大スターの誕生によって流れが変わりやすい業界なので、アンテナを高く張りながら、今後の音楽業界の発展に寄与したいと感じた。
- 村松会長の「レコード業界は業界全体が一つの会社」という言葉が印象に残った。自社のメンバーだけでなく、他社の方々とも積極的に交流していきたいと思う。
- 同世代・同業界の方とお話する機会はなかなかないので、このような場を設けていただき非常に感謝している。横のつながりも大切に今後の仕事に精進したい。



懇親会の様子

2月度の音楽ソフト(オーディオレコード・音楽ビデオの合計)の生産実績は、数量で前年同月比149%の1,401万枚・巻、金額で同150%の192億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比141%の930万枚・巻、金額で同152%の119億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比170%の471万枚・巻、金額で同147%の74億円となっている。

## オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	2月実績						2023年1月~2023年2月 累計						
	数量	構成比	前年 同月比	金額	構成比	前年 同月比	数量	構成比	前年 同期比	金額	構成比	前年 同期比	
8cmCD シングル	邦	74	1	3521%	47	0	3337%	146	1	4685%	93	0	4308%
	洋	0	0	-	0	0	-	1	0	251%	1	0	734%
	計	74	1	3523%	47	0	3343%	146	1	4417%	94	0	4107%
12cmCD シングル	邦	3,693	40	151%	3,326	28	160%	5,303	35	159%	5,082	26	171%
	洋	1	0	326%	1	0	304%	2	0	531%	2	0	454%
	計	3,694	40	151%	3,327	28	160%	5,305	35	159%	5,083	26	171%
シングル 計	邦	3,767	40	154%	3,374	28	162%	5,448	36	163%	5,174	27	174%
	洋	1	0	340%	1	0	331%	3	0	443%	3	0	518%
	計	3,769	41	154%	3,375	28	162%	5,451	36	163%	5,177	27	174%
12cmCD アルバム	邦	4,784	51	142%	7,601	64	156%	8,010	53	120%	12,434	64	120%
	洋	599	6	93%	575	5	99%	1,232	8	92%	1,253	6	103%
	計	5,383	58	134%	8,177	69	150%	9,242	62	115%	13,687	70	119%
CD計	邦	8,551	92	147%	10,975	92	158%	13,459	90	134%	17,608	90	132%
	洋	600	6	93%	576	5	99%	1,235	8	92%	1,256	6	103%
	計	9,151	98	142%	11,551	97	154%	14,693	98	129%	18,864	97	130%
アナログ ディスク	邦	76	1	81%	160	1	94%	169	1	139%	325	2	146%
	洋	58	1	174%	131	1	175%	96	1	154%	226	1	170%
	計	134	1	105%	291	2	119%	265	2	144%	551	3	155%
カセット テープ	邦	4	0	190%	3	0	142%	7	0	139%	7	0	165%
	洋	0	0	15%	0	0	14%	1	0	69%	1	0	114%
	計	4	0	145%	3	0	95%	7	0	129%	8	0	153%
その他	邦	10	0	167%	17	0	170%	23	0	239%	45	0	313%
	洋	4	0	46%	9	0	52%	11	0	49%	21	0	49%
	計	14	0	94%	27	0	94%	34	0	107%	66	0	114%
合計	邦	8,641	93	146%	11,155	94	157%	13,658	91	135%	17,984	92	133%
	洋	662	7	96%	716	6	106%	1,342	9	94%	1,505	8	108%
	計	9,303	100	141%	11,871	100	152%	15,000	100	130%	19,489	100	130%

## 音楽ビデオ

	2月実績						2023年1月~2023年2月 累計						
	数量	構成比	前年 同月比	金額	構成比	前年 同月比	数量	構成比	前年 同期比	金額	構成比	前年 同期比	
DVD	邦	2,619	56	174%	3,086	42	161%	4,784	57	164%	5,982	41	129%
	洋	20	0	217%	29	0	174%	29	0	154%	42	0	134%
	計	2,638	56	174%	3,115	42	161%	4,813	57	164%	6,024	41	129%
ブルーレイ ディスク	邦	2,054	44	165%	4,198	57	138%	3,605	43	174%	8,579	59	182%
	洋	19	0	207%	52	1	178%	20	0	120%	56	0	100%
	計	2,073	44	165%	4,250	58	138%	3,625	43	174%	8,635	59	181%
テープ・その他	邦	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	洋	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
	計	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	邦	4,673	99	170%	7,284	99	147%	8,389	99	168%	14,561	99	156%
	洋	38	1	212%	81	1	177%	50	1	138%	98	1	113%
	計	4,711	100	170%	7,365	100	147%	8,438	100	168%	14,659	100	155%

## 音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

	2月実績						2023年1月~2023年2月 累計						
	数量	構成比	前年 同月比	金額	構成比	前年 同月比	数量	構成比	前年 同期比	金額	構成比	前年 同期比	
オーディオレコード計	9,303	66	141%	11,871	62	152%	15,000	64	130%	19,489	57	130%	
音楽ビデオ計	4,711	34	170%	7,365	38	147%	8,438	36	168%	14,659	43	155%	
合計	邦	13,314	95	154%	18,439	96	153%	22,047	94	146%	32,545	95	142%
	洋	701	5	99%	797	4	111%	1,391	6	95%	1,603	5	108%
	計	14,014	100	149%	19,236	100	150%	23,438	100	141%	34,148	100	140%

## ビデオレコード(含音楽ビデオ)

	2月実績						2023年1月~2023年2月 累計					
	数量	構成比	前年 同月比	金額	構成比	前年 同月比	数量	構成比	前年 同期比	金額	構成比	前年 同期比
DVD	3,499	59	153%	4,374	43	143%	6,346	59	139%	8,136	41	115%
ブルーレイディスク	2,477	41	133%	5,766	57	121%	4,473	41	139%	11,851	59	138%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	5,976	100	144%	10,140	100	130%	10,819	100	139%	19,987	100	127%

## オーディオ/ビデオレコード合計

	2月実績						2023年1月~2023年2月 累計					
	数量	構成比	前年 同月比	金額	構成比	前年 同月比	数量	構成比	前年 同期比	金額	構成比	前年 同期比
オーディオレコード計	9,303	61	141%	11,871	54	152%	15,000	58	130%	19,489	49	130%
ビデオレコード計	5,976	39	144%	10,140	46	130%	10,819	42	139%	19,987	51	127%
合計	15,279	100	142%	22,011	100	141%	25,819	100	133%	39,476	100	129%

備考 1. 本統計は、当協会会員社の集計である。会員社が受託した非会員社からの販売受託分を含む。  
2. 単位未満四捨五入により、内訳と合計が一致しない場合がある。  
3. オーディオレコードのその他はSACD、DVDオーディオ、DVDミュージック、MDの合計。

3月度の音楽ソフト(オーディオレコード・音楽ビデオの合計)の生産実績は、数量で前年同月比119%の1,497万枚・巻、金額で同130%の212億円となった。

内訳は、オーディオレコードが、数量で前年同月比110%の1,033万枚・巻、金額で同116%の136億円。音楽ビデオが、数量で前年同月比144%の464万枚・巻、金額で同169%の76億円となっている。

## オーディオレコード

(数量:千枚・巻/金額:百万円)

	3月実績						2023年1月~2023年3月 累計					
	数量	構成比	前年 同月比	金額	構成比	前年 同月比	数量	構成比	前年 同期比	金額	構成比	前年 同期比
8cmCD シングル	邦	0	0	67%	0	0	146	1	3938%	93	0	3559%
	洋	0	0	-	0	0	1	0	251%	1	0	734%
	計	0	0	67%	0	0	147	1	3749%	94	0	3427%
12cmCD シングル	邦	4,171	40	190%	5,017	37	9,474	37	171%	10,099	31	200%
	洋	1	0	18%	1	0	3	0	51%	3	0	41%
	計	4,172	40	189%	5,018	37	9,478	37	171%	10,102	31	199%
シングル 計	邦	4,172	40	190%	5,018	37	9,620	38	173%	10,192	31	201%
	洋	1	0	18%	1	0	4	0	57%	4	0	53%
	計	4,173	40	189%	5,019	37	9,624	38	173%	10,196	31	201%
12cmCD アルバム	邦	5,228	51	85%	7,356	54	13,239	52	103%	19,790	60	105%
	洋	665	6	85%	716	5	1,897	7	89%	1,969	6	101%
	計	5,894	57	85%	8,072	59	15,136	60	101%	21,760	66	104%
CD計	邦	9,400	91	112%	12,374	91	22,859	90	124%	29,982	91	125%
	洋	666	6	84%	717	5	1,901	8	89%	1,973	6	101%
	計	10,067	97	110%	13,091	96	24,760	98	121%	31,955	97	123%
アナログ ディスク	邦	124	1	133%	245	2	294	1	137%	569	2	143%
	洋	77	1	180%	188	1	173	1	165%	415	1	189%
	計	201	2	148%	433	3	467	2	146%	984	3	159%
カセット テープ	邦	4	0	116%	6	0	10	0	130%	12	0	161%
	洋	0	0	137%	0	0	1	0	80%	2	0	113%
	計	4	0	117%	6	0	11	0	125%	14	0	153%
その他	邦	11	0	165%	17	0	34	0	209%	62	0	256%
	洋	47	0	122%	73	1	58	0	96%	94	0	85%
	計	58	1	128%	90	1	92	0	119%	156	0	116%
合計	邦	9,539	92	112%	12,641	93	23,196	92	124%	30,625	92	125%
	洋	791	8	91%	979	7	2,133	8	93%	2,484	8	109%
	計	10,330	100	110%	13,620	100	25,329	100	121%	33,109	100	124%

## 音楽ビデオ

	3月実績						2023年1月~2023年3月 累計					
	数量	構成比	前年 同月比	金額	構成比	前年 同月比	数量	構成比	前年 同期比	金額	構成比	前年 同期比
DVD	邦	2,348	51	151%	2,517	33	7,132	55	160%	8,498	38	140%
	洋	7	0	42%	8	0	36	0	104%	50	0	95%
	計	2,355	51	150%	2,524	33	7,168	55	159%	8,548	38	139%
ブルーレイ ディスク	邦	2,281	49	138%	5,052	67	5,886	45	158%	13,631	61	177%
	洋	3	0	51%	5	0	23	0	104%	61	0	85%
	計	2,284	49	138%	5,057	67	5,909	45	158%	13,692	62	176%
テープ・その他	邦	0	0	-	0	0	0	0	-	0	0	-
	洋	0	0	-	0	0	0	0	-	0	0	-
	計	0	0	-	0	0	0	0	-	0	0	-
合計	邦	4,629	100	144%	7,569	100	13,018	100	159%	22,129	100	160%
	洋	9	0	44%	13	0	59	0	104%	111	0	89%
	計	4,639	100	144%	7,582	100	13,077	100	158%	22,240	100	160%

## 音楽ソフト(オーディオ/音楽ビデオ合計)

	3月実績						2023年1月~2023年3月 累計					
	数量	構成比	前年 同月比	金額	構成比	前年 同月比	数量	構成比	前年 同期比	金額	構成比	前年 同期比
オーディオレコード計	10,330	69	110%	13,620	64	116%	25,329	66	121%	33,109	60	124%
音楽ビデオ計	4,639	31	144%	7,582	36	169%	13,077	34	158%	22,240	40	160%
合計	邦	14,168	95	121%	20,210	95	36,215	94	135%	52,755	95	138%
	洋	800	5	90%	992	5	2,192	6	93%	2,595	5	108%
	計	14,968	100	119%	21,202	100	38,406	100	132%	55,350	100	136%

## ビデオレコード(含音楽ビデオ)

	3月実績						2023年1月~2023年3月 累計					
	数量	構成比	前年 同月比	金額	構成比	前年 同月比	数量	構成比	前年 同期比	金額	構成比	前年 同期比
DVD	3,188	49	125%	3,940	31	141%	9,534	55	134%	12,076	37	122%
ブルーレイディスク	3,350	51	148%	8,808	69	184%	7,823	45	143%	20,659	63	154%
テープ・その他	0	0	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-
合計	6,538	100	136%	12,748	100	168%	17,357	100	138%	32,735	100	141%

## オーディオ/ビデオレコード合計

	3月実績						2023年1月~2023年3月 累計					
	数量	構成比	前年 同月比	金額	構成比	前年 同月比	数量	構成比	前年 同期比	金額	構成比	前年 同期比
オーディオレコード計	10,330	61	110%	13,620	52	116%	25,329	59	121%	33,109	50	124%
ビデオレコード計	6,538	39	136%	12,748	48	168%	17,357	41	138%	32,735	50	141%
合計	16,867	100	119%	26,368	100	136%	42,686	100	127%	65,844	100	132%

備考 1. 本統計は、当協会会員社の集計である。会員社が受託した非会員社からの販売受託分を含む。

2. 単位未満四捨五入により、内訳と合計が一致しない場合がある。

3. オーディオレコードのその他はSACD、DVDオーディオ、DVDミュージック、MDの合計。

# Certification

2023年2月度

## ゴールドディスク認定

### シングル | 邦楽

#### ミリオン

Life goes on / We are young	King & Prince	2023.02.22	ユニバーサル ミュージック
-----------------------------	---------------	------------	---------------

#### ダブル・プラチナ

FEARLESS	LE SSERAFIM	2023.01.25	ユニバーサル ミュージック
----------	-------------	------------	---------------

#### プラチナ

Best Friend Ever	NCT DREAM	2023.02.08	エイベックス・エンタテインメント
桜月	櫻坂46	2023.02.15	ソニー・ミュージックレーベルズ
Blue Moon	NiziU	2022.12.14	ソニー・ミュージックレーベルズ

#### ゴールド

この空がトリガー	=LOVE	2023.02.22	ソニー・ミュージックレーベルズ
君はもっとできる	HKT48	2023.02.08	ユニバーサル ミュージック
渡り鳥たちに空は見えない	NGT48	2022.12.28	ユニバーサル ミュージック
間違いじゃない 泣いたりしない/スキップスキップスキップ/君と僕の絆 feat.KIKI	つばきファクトリー	2023.02.22	アップフロントワークス(ゼティマ)
Sleeping Beauty	ボイメンエリア研究生	2022.12.27	タニプロモーション(NDR)
Hunter	LIL LEAGUE from EXILE TRIBE	2023.01.11	エイベックス・エンタテインメント

### アルバム | 邦楽

#### ミリオン

MAP OF THE SOUL : 7 ~ THE JOURNEY ~	BTS	2020.07.15	ユニバーサル ミュージック
-------------------------------------	-----	------------	---------------

#### ダブル・プラチナ

ユーミン万歳!~松任谷由実50周年記念ベストアルバム~	松任谷 由実	2022.10.04	ユニバーサル ミュージック
-----------------------------	--------	------------	---------------

#### プラチナ

THE SOUND	Stray Kids	2023.02.22	ソニー・ミュージックレーベルズ
-----------	------------	------------	-----------------

#### ゴールド

Fantasia	KAT-TUN	2023.02.15	ジェイ・ストーム
MISIA THE GREAT HOPE BEST	MISIA	2023.01.25	ソニー・ミュージックレーベルズ

※日付は発売日

## ダウンロード認定

### シングルトラック | 邦楽

#### トリプル・プラチナ

空も飛べるはず	スピッツ	2006.03.15	ユニバーサル ミュージック
---------	------	------------	---------------

#### プラチナ

水平線	back number	2021.08.13	ユニバーサル ミュージック
-----	-------------	------------	---------------

#### ゴールド

第ゼロ感	10-FEET	2022.11.09	ユニバーサル ミュージック
You're My Only Shinin' Star	中山 美穂	2011.12.15	キングレコード
ダンスホール	Mrs. GREEN APPLE	2022.05.24	ユニバーサル ミュージック
ハルカ	YOASOBI	2020.12.18	ソニー・ミュージックエンタテインメント

※日付は配信開始日

## 認定基準

ゴールドディスク認定(音楽ソフト/カテゴリ: アルバム、シングル、音楽ビデオ)  
ダウンロード認定(ダウンロード/カテゴリ: 着うた®, シングルトラック、アルバム)

認定ランク	ゴールド	プラチナ	ダブル・プラチナ	トリプル・プラチナ	ミリオン	2ミリオン
基準	10万以上	25万以上	50万以上	75万以上	100万以上	200万以上

【基準単位】ゴールドディスク認定: 枚数、ダウンロード認定: ダウンロード数

備考 1. 着うた®のみダブル・プラチナ以上を顕彰  
2. 「着うた®」は株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントの登録商標です  
3. 3ミリオン以降、100万毎に認定

## ストリーミング認定(ストリーミング/カテゴリ: トラック)

認定ランク	ゴールド	プラチナ	ダブル・プラチナ	トリプル・プラチナ	ダイヤモンド
基準	5千万以上	1億以上	2億以上	3億以上	5億以上

【基準単位】ストリーム数

数量は、GfK Japan(ジーエフケー・インサイト・ジャパン株式会社)の提供データを元に当協会にて累計ストリーム数を算出したもの  
集計対象音楽ストリーミングサービス: Amazon Music Prime、Amazon Music Unlimited、Apple Music、au うたパス、AWA、KKBOX、LINE MUSIC、Rakuten Music、Spotify、TOWER RECORDS MUSIC powered by レコチョク、YouTube Music、YouTube Music Premium  
下記終了済サービスの再生回数も累積して集計しています。  
dミュージック月額コース、Google Play Music、HMVmusic powered by KKBOX、RecMusic

## ストリーミング認定

### トラック | 邦楽

#### トリプル・プラチナ

イエスタデイ	Official髭男dism	2019.09.11	ポニーキャニオン
猫	DISH//	2018.06.23	ソニー・ミュージックレーベルズ
Permission to Dance	BTS	2021.07.09	ユニバーサル ミュージック
YOKAZE	変態紳士クラブ	2020.04.30	トイズファクトリー
なんでもないよ、	マカロニえんぴつ	2021.11.03	トイズファクトリー

#### ダブル・プラチナ

一途	King Gnu	2021.12.10	ソニー・ミュージックレーベルズ
かくれんぼ	優里	2022.01.12	ソニー・ミュージックレーベルズ
Lemon	米津玄師	2020.08.05	ソニー・ミュージックレーベルズ

#### プラチナ

常緑	大橋ちっぼけ	2021.09.01	日本コロムビア
三文小説	King Gnu	2020.10.30	ソニー・ミュージックレーベルズ
恋音と雨空	AAA	2013.09.04	エイベックス・エンタテインメント
恋だろ	wacci	2022.04.15	ソニー・ミュージックレーベルズ

#### ゴールド

Password	INI	2022.08.08	ユニバーサル ミュージック
リライト	ASIAN KUNG-FU GENERATION	2013.09.17	ソニー・ミュージックレーベルズ
Hero	安室 奈美恵	2019.06.16	エイベックス・エンタテインメント
First Love(Remastered 2014)	宇多田 ヒカル	2017.12.08	ユニバーサル ミュージック
ファンファーレ	sumika	2018.12.25	ソニー・ミュージックレーベルズ
スターマイン	Da-iCE	2022.08.22	エイベックス・エンタテインメント
第ゼロ感	10-FEET	2022.11.09	ユニバーサル ミュージック
if	西野 カナ	2015.06.11	ソニー・ミュージックレーベルズ
Hype Boy	NewJeans	2022.08.01	ユニバーサル ミュージック
Ditto	NewJeans	2022.12.19	ユニバーサル ミュージック
幸せ	back number	2018.11.29	ユニバーサル ミュージック
I'm Fine	BTS	2018.08.24	ユニバーサル ミュージック
若者のすべて	フジファブリック	2016.04.14	ユニバーサル ミュージック
アイデア	星野 源	2019.08.30	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
ドラえもん	星野 源	2019.08.30	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
Soranji	Mrs. GREEN APPLE	2022.10.18	ユニバーサル ミュージック
本当はね、	ヤングスキニー	2022.10.05	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
うるうびと	RADWIMPS	2022.03.04	ユニバーサル ミュージック

### トラック | 洋楽

#### プラチナ

2002	Anne-Marie	2018.04.20	ワーナーミュージック・ジャパン
------	------------	------------	-----------------

#### ゴールド

Havana (feat. Young Thug)	Camila Cabello	2017.08.03	ソニー・ミュージックレーベルズ
That's What I Like	Bruno Mars	2016.11.18	ワーナーミュージック・ジャパン

※日付は配信開始日

## ゴールドディスク認定

## シングル | 邦楽

## ミリオン

タベストーリー / W	Snow Man	2023.03.15	MENT RECORDING
-------------	----------	------------	----------------

## トリプル・プラチナ

人は夢を二度見る	乃木坂46	2023.03.29	ソニー・ミュージックレーベルズ
----------	-------	------------	-----------------

## ダブル・プラチナ

Special Kiss	なにわ男子	2023.03.08	ジェイ・ストーム
--------------	-------	------------	----------

## プラチナ

この空がトリガー	=LOVE	2023.02.22	ソニー・ミュージックレーベルズ
----------	-------	------------	-----------------

君はもつとできる	HKT48	2023.02.08	ユニバーサル ミュージック
----------	-------	------------	---------------

息をする心	STU48	2023.03.15	キングレコード
-------	-------	------------	---------

Here I Stand	TREASURE	2023.03.29	エイベックス・エンタテインメント
--------------	----------	------------	------------------

Bye-Bye Show	BiSH	2023.03.22	エイベックス・エンタテインメント
--------------	------	------------	------------------

## ゴールド

FLY-BY	Kep1er	2023.03.15	ソニー・ミュージックレーベルズ
--------	--------	------------	-----------------

STARS	三代目 J SOUL BROTHERS from EXILE TRIBE	2023.02.01	エイベックス・エンタテインメント
-------	--------------------------------------	------------	------------------

Paradise	NiziU	2023.03.08	ソニー・ミュージックレーベルズ
----------	-------	------------	-----------------

## アルバム | 邦楽

## ダブル・プラチナ

THE SOUND	Stray Kids	2023.02.22	ソニー・ミュージックレーベルズ
-----------	------------	------------	-----------------

## ゴールド

NMB13	NMB48	2023.03.08	ユニバーサル ミュージック
-------	-------	------------	---------------

POWER	ジャニーズWEST	2023.03.01	ジェイ・ストーム (ジャニーズエンタテインメント・レコード)
-------	-----------	------------	-----------------------------------

音楽 -2nd Movement-	NEWS	2023.03.15	ジェイ・ストーム (ジャニーズエンタテインメント・レコード)
-------------------	------	------------	-----------------------------------

## アルバム | 洋楽

## プラチナ

FACE	JIMIN	2023.03.25	BIGHIT MUSIC
------	-------	------------	--------------

## ビデオ | 邦楽

## ダブル・プラチナ

King & Prince ARENA TOUR 2022 ~Made in~	King & Prince	2023.03.22	ユニバーサル ミュージック
---	---------------	------------	---------------

## ゴールド

Kis-My-Ftに逢える de Show 2022 in DOME	Kis-My-Ft2	2023.03.01	MENT RECORDING
------------------------------------	------------	------------	----------------

セクシーゾーン ドームツアー 2022 ザ・ハイライト	Sexy Zone	2023.03.08	Top J Records
-----------------------------	-----------	------------	---------------

※日付は発売日

## ダウンロード認定

## シングルトラック | 邦楽

## プラチナ

笑顔	いきものがかり	2013.07.10	ソニー・ミュージックレーベルズ
----	---------	------------	-----------------

Listen!!	放課後ティータイム	2010.04.28	ポニーキャニオン
----------	-----------	------------	----------

KICK BACK	米津玄師	2022.10.12	ソニー・ミュージックレーベルズ
-----------	------	------------	-----------------

## ゴールド

アイラブユー	back number	2022.10.24	ユニバーサル ミュージック
--------	-------------	------------	---------------

色彩	yama	2022.10.02	ソニー・ミュージックレーベルズ
----	------	------------	-----------------

※日付は配信開始日

## ストリーミング認定

## トラック | 邦楽

## トリプル・プラチナ

Subtitle	Official髭男dism	2022.10.12	ポニーキャニオン
----------	----------------	------------	----------

ハルジオン	YOASOBI	2020.05.11	ソニー・ミュージックエンタテインメント
-------	---------	------------	---------------------

## ダブル・プラチナ

Boy With Luv (feat. Halsey)	BTS	2019.04.12	ユニバーサル ミュージック
-----------------------------	-----	------------	---------------

KICK BACK	米津玄師	2022.10.12	ソニー・ミュージックエンタテインメント
-----------	------	------------	---------------------

## プラチナ

Universe	Official髭男dism	2021.01.09	ポニーキャニオン
----------	----------------	------------	----------

愛唄	GReeeeN	2017.01.24	ユニバーサル ミュージック
----	---------	------------	---------------

Overdose	なとり	2022.09.07	ソニー・ミュージックレーベルズ
----------	-----	------------	-----------------

天体観測	BUMP OF CHICKEN	2019.06.28	トイズファクトリー
------	-----------------	------------	-----------

ヤングアダルト	マカロニえんぴつ	2019.09.11	TALTO / murrfin discs
---------	----------	------------	-----------------------

祝福	YOASOBI	2022.10.01	ソニー・ミュージックエンタテインメント
----	---------	------------	---------------------

## ゴールド

Wonderland	iri	2019.03.06	JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント
------------	-----	------------	------------------------

Love Song	Uru	2021.08.05	ソニー・ミュージックレーベルズ
-----------	-----	------------	-----------------

千両役者	King Gnu	2020.12.02	ソニー・ミュージックレーベルズ
------	----------	------------	-----------------

LA・LA・LA LOVE SONG	久保田 利伸 (with NAOMI CAMPBELL)	2020.10.16	ソニー・ミュージックレーベルズ
--------------------	------------------------------	------------	-----------------

星影のエール	GReeeeN	2020.05.11	ユニバーサル ミュージック
--------	---------	------------	---------------

STAY TUNE	Suchmos	2016.01.13	スペースシャワーネットワーク
-----------	---------	------------	----------------

CASE 143	Stray Kids	2022.10.07	ソニー・ミュージックレーベルズ
----------	------------	------------	-----------------

Lovers	sumika	2018.12.27	murrfin discs
--------	--------	------------	---------------

残機	ずっと真夜中でいいのに。	2022.10.19	ユニバーサル ミュージック
----	--------------	------------	---------------

Like OOH-AHH	TWICE	2017.02.24	ワーナーミュージック・ジャパン
--------------	-------	------------	-----------------

Perfect World	TWICE	2021.06.30	ワーナーミュージック・ジャパン
---------------	-------	------------	-----------------

SCIENTIST	TWICE	2021.11.12	ワーナーミュージック・ジャパン
-----------	-------	------------	-----------------

イージーゲーム (feat. 和ぬか)	natsumi	2021.05.10	ユニバーサル ミュージック
---------------------	---------	------------	---------------

OMG	NewJeans	2023.01.02	ユニバーサル ミュージック
-----	----------	------------	---------------

Route 246	乃木坂46	2020.07.24	ソニー・ミュージックレーベルズ
-----------	-------	------------	-----------------

大不正解	back number	2020.10.05	ユニバーサル ミュージック
------	-------------	------------	---------------

Melody	8LOOM	2022.11.09	ユニバーサル ミュージック
--------	-------	------------	---------------

ブルーアンビエンス (feat. asmi)	Mrs. GREEN APPLE	2022.06.14	ユニバーサル ミュージック
------------------------	------------------	------------	---------------

トウキョウ・シャンディ・ランデヴ feat. 花譜, ツミキ	MAISONdes	2022.10.21	ソニー・ミュージックレーベルズ
--------------------------------	-----------	------------	-----------------

かごめ	優里	2022.01.12	ソニー・ミュージックレーベルズ
-----	----	------------	-----------------

ミスクリ	優里	2022.01.12	ソニー・ミュージックレーベルズ
------	----	------------	-----------------

カムパネルラ	米津玄師	2020.08.05	ソニー・ミュージックレーベルズ
--------	------	------------	-----------------

すずめ (feat. 十明)	RADWIMPS	2022.09.30	ユニバーサル ミュージック
----------------	----------	------------	---------------

Catch the Moment	LiSA	2018.02.15	アニプレックス
------------------	------	------------	---------

なんでも言っちゃって (feat. JP THE WAVY)	LEX	2021.08.04	Mary Joy Recordings
--------------------------------	-----	------------	---------------------

## トラック | 洋楽

## ダブル・プラチナ

Stay	The Kid LAROI & Justin Bieber	2021.07.09	ソニー・ミュージックレーベルズ
------	-------------------------------	------------	-----------------

## プラチナ

Love Yourself	Justin Bieber	2015.09.09	ユニバーサル ミュージック
---------------	---------------	------------	---------------

## ゴールド

thank u, next	Ariana Grande	2018.11.04	ユニバーサル ミュージック
---------------	---------------	------------	---------------

There's Nothing Holdin' Me Back	Shawn Mendes	2017.04.20	ユニバーサル ミュージック
---------------------------------	--------------	------------	---------------

Intentions (feat. Quavo)	Justin Bieber	2020.02.07	ユニバーサル ミュージック
--------------------------	---------------	------------	---------------

Don't Wanna Cry	SEVENTEEN	2017.05.23	PLEDIS Entertainment
-----------------	-----------	------------	----------------------

※日付は配信開始日

---

## 協会からのお知らせ

---

当協会は、『日本のレコード産業2023』の英語版である『RIAJ YEARBOOK 2023』を発行いたしました。本誌は、2022年のレコード産業の概要を網羅したA4判24ページの小冊子で、日本語版同様、レコードの生産実績、音楽配信売上、新譜・カタログ数、ミリオン認定などの情報を幅広く掲載しています。



### ▶日本のレコード産業

<https://www.riaj.or.jp/f/e/issue/industry/>

---

---

## 編集後記

---

毎年5&6月号恒例の新入社員合同研修会ですが、今号も各社新入社員の明るい写真の数々で誌面も大変にぎやかになりました。今年は4年ぶりに研修会後の懇親会も復活し、コロナ前の状況にすっかり戻ったことを嬉しく思います。協会にも3年ぶりに新入社員が入社しました。「CDのピークが98年で…」という話題でふと気づいたのが、「今年の新入社員は当時まだ生まれていない」という事実。改めてCDの息の長さを感じるとともに、彼らが新たな音楽の未来を切り拓いてくれることを期待しています!(K)

---

THE RECORD No.745 2023年5・6月合併号

一般社団法人 日本レコード協会 機関誌

発行人 村松 俊亮

編集人 畑 陽一郎

発行日 2023年5月25日

発行 一般社団法人 日本レコード協会  
〒105-0001

東京都港区虎ノ門2-2-5 共同通信会館9階

TEL.03-5575-1301(代) FAX.03-5575-1313

URL:<https://www.riaj.or.jp/>

編集協力 株式会社金羊社 / 合同会社ヤマモトカウンスル

■当機関誌へのご意見・ご感想がございましたら

当協会公式サイト(URL:<https://www.riaj.or.jp/>)のお問い合わせページよりお寄せください。



エルマークキャラクター  
エルマーくん